

Profession nem hiába az egyik legismertebb és leghatékonyabb HR cég itthon: a kis – és középvállalkozások vezetőinek azzal szeretnék segíteni, hogy összegyűjtöttük a munkáltatói márka promotálásának leghatékonyabb belső és külső csatornáit.

EMPLOYER BRANDING PROMÓCIÓ

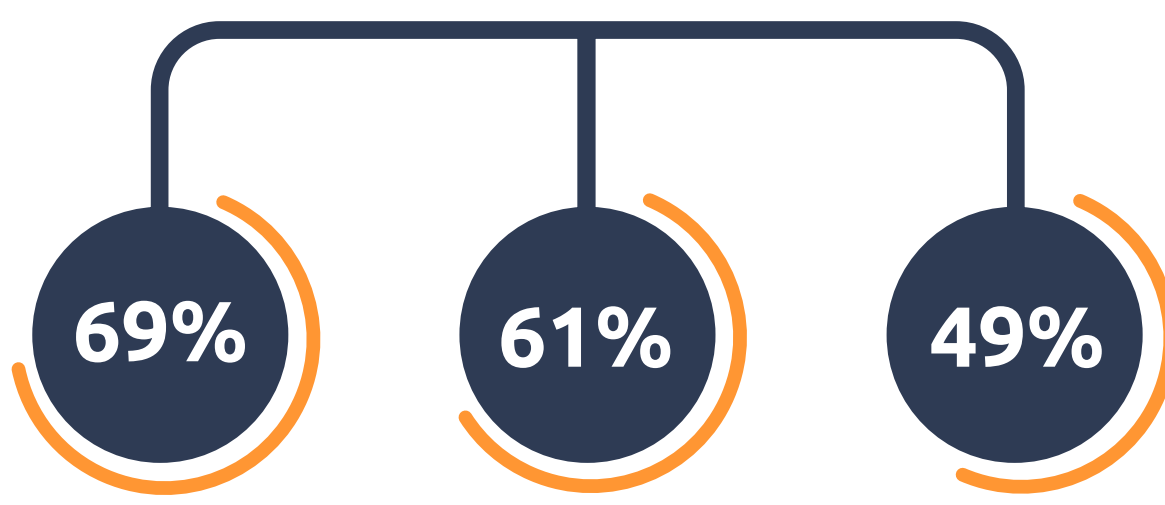
1



A HR-szakemberek **79%-a** egyetért abban, hogy a munkáltatói márka fontos tényező a toborzásban

TOP 3 csatorna

ahol a KKV-k promótálják munkáltatói márkájukat



Céges weboldal

Online szakmai hálózatok

Közösségi média



A HR-el foglalkozók **39%-a** szerint az employer branding hosszú távon is a szakma fókuszában marad.



Világszerte a HR-vezetők **55%-nak** van aktív employer branding stratégiája.



Világszerte a HR-vezetők **59%-a** a jövő évben növelni szeretné az employer brandingre szánt keretet.

BELSŐ PROMÓCIÓS CSATORNÁK

2

INTRANET



A céges intranet kiválóan alkalmas arra, hogy a munkáltatói brand értékeit hatékonyan közvetítse a munkavállalók felé.

KARRIEROLDAL

A cég karrieroldala mind a jelenlegi, mind pedig az érdeklődő munkaerő számára mutatja a vertikális és horizontális előrelépési lehetőségeket.



AJÁNLÓI PROGRAM



A statisztikák szerint a meglévő munkavállaló által ajánlott új munkaerő 4-szer olyan valószínű, hogy beválik hosszú távon, mint a „hideg” forrásból érkezők.

KÜLSŐ PROMÓCIÓS CSATORNÁK

3



A szakemberek **49%-a** a social medián keresztül is figyeli a számukra kedvező álláslehetőségeket.



A vállalkozók **76%-a** aktívan használja a közösségi médiát munkáltatói márkájának közvetítéséhez



LinkedIn



67%-a a toborzással foglalkozó szakembereknek egyetért abban, hogy a online szakmai hálózatok a leghatékonyabbak a munkáltatói márka terjesztésében.



Leendő munkaerő **36%-a** van jelen ezen a platformon



Facebook



Csupán csak az **55%-a** a toborzással foglalkozó szakembereknek használja aktívan HR-célra a Facebook-ot.



Leendő munkaerő **88%-a** van jelen ezen a platformon



Instagram



Az Instagram legtöbbet követett hashtagjeinek **70%-a** valamilyen brandhez kötődik, így képes tartalmakon keresztül ez a platform is kiváló a munkáltatói értékek közvetítésére.

KONKLÚZIÓ

4

Olcsóbbá válik a toborzás

A LinkedIn statisztikái szerint akár **49%-al** csökkenhetnek a toborzási költségek.

A munkavállalók elégedettebbek a fizetésükkel

A CareerBuilder szerint a potenciális munkavállalók **67%-a** megelégszik alacsonyabb fizetéssel, ha a többi munkahelyi körülményt pozitívan látja.



A megfelelő tehetségek érkeznek a céghez

Akár **50%-al** több valóban megfelelő képzettséggel rendelkező munkavállaló jelentkezhet a céghez

